

# Как получить прибыль от туристического сайта?

Саммит «EyeForTravel»  
Москва. 18-19 марта 2009

# Вопросы в рамках доклада

- ✓ Типичные ошибки разработчиков турсайтов и как их избежать с позиции оптимизации работы с поисковыми системами
- ✓ Как работать с текстовым содержанием сайта на этапе его создания
- ✓ Как избежать "подводных камней" при проектировании, продвижении и наполнении турсайта
- ✓ Принципы работы с поисковыми системами. Как убедиться в том, что Ваши клиенты находят Вас быстрее конкурентов?

# Ошибки разработчиков турсайтов

Отсутствие целей

Отсутствие ТЗ и проектирования

Не учет требований поисковых систем

Не учет требований аудитории сайтов

# Текстовое наполнение турсайта

Критерии текстового наполнения сайта:

- ✓ ответы на все вопросы потенциального туриста
- ✓ множественность
- ✓ актуальность
- ✓ понятность
- ✓ уникальность

# Контент, как основа сайта

Что обязательно должно быть на сайте:

- ✓ Подробная информация о турах, отелях, достопримечательностях, экскурсиях, странах с фотографиями, ценами, описаниями, примерами, преимуществами и др.
- ✓ Контакты турфирмы (на каждой странице!): телефон, емэйл, адрес
- ✓ Информация о компании и подробная схема проезда
- ✓ Информация должна быть адаптирована под клиента и под веб-среду

# Типичные подводные камни. Проектирование сайта

- ✓ Отсутствие цели создания сайта. Создание сайта для того, чтобы был
- ✓ Непонимание целевой аудитории и возможных вопросов будущих посетителей сайтов
- ✓ Отсутствие проектирования сайта, нет техзадания
- ✓ Отсутствие понимания ограничений, как со стороны пользователей, так и со стороны поисковых систем

→ На выходе получается продукт, который ничего не сможет продать

# И следствия...

Адрес: <http://www.a-resort.ru/index.php?page=41>  Ссылки  Поиск 

Google  PageRank  Настройки 

## ОАЭ

Городские (2-5\*) и береговые (Джумейра 4-5\*) отели в Дубай, Шаржа, Фуджейра, *Абу-Даби*, Аджман. Удобные авиаперелеты чартерными и регулярными рейсами "Сибирь", "Аэрофлот", "Emirates". Эконом и бизнес класс. Туры от 4 дней. Индивидуальные туры. От эконом до VIP. Возможно ускоренное прохождение таможенных формальностей с персональным офицером (только аэропорт Дубай) Визы незамужним девушкам до 30 лет. Существенные скидки организованным группам!

НАШИ ТЕЛЕФОНЫ: 234-63-45 / 234-13-23 / 995-16-50



-  [ОАЭ все туры на заезд 10 января](#)
-  [Аккапарки и центры развлечений в Дубай](#)
-  [Всеневный фестиваль развлечений и шопинга в Дубай](#)
-  [Цены на Экскурсионные программы и аренду машин в ОАЭ](#)

**ПОИСК ТУРА** 

- [О компании](#)
- [Горнолыжные курорты](#)
- [Европа](#)
- [Чехия](#)
- [Скандинавия](#)
- [Экзотика, пляжный отдых](#)
- [ОАЭ](#)
- [Шопинг](#)
- [Отзывы клиентов и поиск полетчика](#)
- [Вопросы и ответы](#)
- [Он-лайн ЗАКАЗ!!!](#)
- [Контакты](#)

# И следствия...

## МАЛЬДИВЫ: Авиабилеты со 2 по 12 января. Последние места

2004-09-09

1 авиабилет  
со 2 по 12 января

Детали авиаперелета:

Маршрут	Дата	№ рейса	Вылет	Прилет	Время в пути	Тип самолета
Москва (ДМО) - Дубай	02.01.05	EK 134	17:20	23:25	05:05	A 330-200
Дубай - Мале	03.01.05	EK 556	02:50	08:00	04:10	A 330-200
Мале - Дубай	12.01.05	EK 559	02:25	05:35	04:10	A 330-200
Дубай - Москва (ДМО)	12.01.05	EK 133	09:30	13:45	05:15	A 330-200

Цена - 1450 дол. по курсу 30,0 руб/дол.  
Продажа билетов отдельно и в туре.

[ВЕРНУТЬСЯ](#)



# Типичные подводные камни. Наполнение сайта

- ✓ Непонимание того, какой контент нужен пользователю
- ✓ Слишком мало текстов, пользователи не находят ответы на свои вопросы
- ✓ Информация не актуальна (особенно касается цен)
- ✓ Контактные данные четко не выделены
- ✓ Перегруженность информацией
- ✓ Недостаток фотоматериалов

→ Посетитель турсайта не находит то, что ищет. Как следствие обращений и продаж либо нет вообще, либо их мало

# Типичные подводные камни. Продвижение сайта

- ✓ Упор только на несколько запросов «туры в ...», «отдых в ...», «визы в ...», «отели в ...».
- ✓ Недостаточная оптимизация страниц сайта
- ✓ Отсутствие анализа поискового спроса
- ✓ Отсутствие контента под ряд поисковых запросов
- ✓ Плохая работа со структурой сайта

→ Сайт недополучает посетителей с поисковых систем, а турфирма – звонки и продажи

# Пример из практики. Реальность

	<b>Стратегия 1</b>	<b>Стратегия 2</b>
<b>Кол-во запросов</b>	4 запроса	300 запросов (отели и курорты)
<b>Цена (в месяц)</b>	2000 у.е	2000 у.е
<b>Сроки появления результата</b>	От 3 до 6 месяцев	1-2 месяца
<b>Риски</b>	Высокие	Средние
<b>Отдача</b>	100-120 звонков	350-400 звонков

# Немного статистики...

<b>Запросы</b>	<b>Стоимость продвижения</b>	<b>Кол-во посетителей</b>	<b>Конвертация в заказы</b>	<b>Отдача</b>	<b>Риски</b>
<b>Высоко частотные</b>	70%	25%	10%	Средняя или низкая	высокие
<b>Средне частотные</b>	20%	30%	30%	Средняя или высокая	Низкие
<b>Низко частотные</b>	10%	45%	60%	Высокая	низкие

# Работа с поисковыми системами

- ✓ Аудит поискового спроса (семантическое ядро)
- ✓ Работа с сайтом: аудит сайта (юзабилити, контент, технический аудит, качество сайта, как бизнес-инструмента)
- ✓ Работа с контентом (текстами) на сайте: оптимизация текущего контента, написание новых текстов
- ✓ Работа со структурой сайта
- ✓ Работа с внешними ссылками: покупка ссылок, регистрация в важных каталогах

→ Постоянный рост посещаемости и качества сайта. Как следствие – рост звонков и продаж

# Организация обратной связи

- ✓ Предоставление клиентом информации об обращениях с сайта (звонки, продажи)
- ✓ Оперативный обмен информацией между исполнителем и клиентом
- ✓ Оперативное выполнение рекомендаций специалиста по рекламе

→ **повышение эффекта от продвижения**

# Резюмируя...

- ✓ Для разработки сайта, который способен продавать нужно четко представлять цели создания сайта, обязательно проектировать сайт, учитывать ограничения поисковых систем и пользователей
- ✓ Информация на сайте должна быть: актуальной, уникальной, понятной, отвечать на все вопросы клиента. Информации должно быть много.
- ✓ «Подводных камней» много. Избежать их можно либо обратившись к профессионалам, либо изучив опыт профессионалов.
- ✓ К работе с поисковыми системами нужно подходить комплексно. Обязателен анализ поискового спроса, работа с содержанием и структурой сайта, работа с внешними ссылками.



# Спасибо за внимание!



## ВебПроекты®

Разработка, продвижение, поддержка  
Интернет-систем для бизнеса, общества и государства.

**Автор: Севостьянов Иван Олегович**  
Генеральный директор  
Компания «ВебПроекты» г. Москва

Сайт: [www.webprojects.ru](http://www.webprojects.ru)

E-mail: [ivan@webprojects.ru](mailto:ivan@webprojects.ru)

Телефон: (495) 651-08-50

Skype: [ivan\\_sevostianov](https://www.skype.com/people/ivan_sevostianov)